

最新饭店创业计划书市场营销计划(汇总5篇)

计划在我们的生活中扮演着重要的角色，无论是个人生活还是工作领域。怎样写计划才更能起到其作用呢？计划应该怎么制定呢？以下是小编为大家收集的计划范文，仅供参考，大家一起来看看吧。

饭店创业计划书市场营销计划篇一

1、确定店铺

注意事项：未咨询办证机构则不可支付全部租金

1.1考察店铺

1.2确定店铺

1.3支付定金，

2、执照审批

注意事项：先咨询办证部门，后支付全部租金，餐厅里最终的职位——厨师长，必须在支付全部租金后，立即招聘，并在以后的工作中须与之充分沟通。

后续工作同办证一同进行。

2.1先咨询工商部门

2.2申办污染物排放许可证

2.3申办卫生许可证

2.4 申办营业执照

2.5 咨询后如果容许在该店铺开设餐饮店，则支付全部租金

2.6 制定厨师长岗位说明书(上级、下属、权利、职责)

2.7 制定厨师长招聘说明书(岗位说明、工作时间、待遇问题、书面考题)

2.8 介绍所登记，并接待面试厨师长

2.9 审议确定厨师长人选

3、确定90%的菜单

注意事项：菜单是，人员配备、流程设置、装修风格、设备安置的总纲。

这一步必须完成菜单的90%

3.1 确定类别

3.2 确定菜品

3.3 制定标准菜谱

3.4 根据菜谱初步确定所需的设备器材，并在以后的工作中多留意器材经销商的产品。

4、确定工作时间、作业流程

注意事项：流程是厨房布局依据，一经制定就将付诸于装修，以后很难改变，必须

一次准确确定。

4.1制定工作时间

4.2制定厨房作业流程和产品销售流程

5、确定装潢风格和布局

注意事项：装修必须考虑再三，一旦完工，就很难改变，所以必须在自己制定计划和方案，后请装修公司一同研究制定。

装修时必须认真参考作业流程、设备器材的体积面积和工作方式特性。

后续工作同装修同步进行。

厨房必须首先装修。

5.1制定装修原则

5.1.1方便顾客原则

5.1.2方便作业原则

5.1.3方便设备运行原则

5.1.4凸现经营理念、符合企业视觉识别系统原则

5.2初步制定餐厅布局

5.3选定装修公司

5.4图纸审阅，确定布局

5.5确定装修风格

5.6确定餐厅基本色

5.7开始装修

饭店创业计划书市场营销计划篇二

概述：每个家庭都有自己的三两道当家拿手好菜。好了，只要你按下面的说法去做，你就可以开一家特色餐馆。这样能养活自己一家，如果发现发展前途，往下开分店也是可以的。注意，小店开好了，不等于就可以开大店。

第一步、决定卖什么；

第二步、拟选择门面；

（一）店的硬件设施：

a□店内硬件设施：

1、门面装修：考虑的范围：门面的位置。远看，近看，装修图案及色彩，了解当地主要的宗教信仰，当地人喜欢什么图案和颜色，不喜欢什么图案和颜色。装修材料的选用。

决定的依据：门面位置的选择，考察你的主要服务对象的流量在哪里，门面就选在哪里。远看门面装修时，用数码相机将拟选门面拍照，包括周围环境，越多越好。放入电脑处理，把设计方案放在图中，要求自己的门面更抢眼。近看门面装修时，要考虑材料的档次，制作工艺。档次的确定，参照你邻居的装修水平，主要是考虑你的主要服务对象是哪些人，满足他们的需求。装修之前请一些当地人看看方案图，提提意见。

注意事项：国家和集体禁止的图案不能用。当地人忌讳的图案不能用。有版权的图案未得到许可时不能用。

2、店名选择：考虑的范围：店名的文化内涵，字型，大小，

色彩，对联。

决定的依据：由主要服务对象来确定。如果开在乡镇街上，店名直接是你的菜名也可以。如果开在学校边，主要服务对象是学生，店名就要有点内涵，有点说法，有点故事。

注意事项：不能采用当地忌讳的用语，不能采用国家禁止的用语。

3、服务员：考虑的范围：服务员的长相，身材，行走姿势，上菜动作，服装色彩和样式。

你的主要服务对象是大中城市的商务请客，那服务员就得挑选，而且需要培训走姿，站姿，说话得语气，语音，语调，常用礼貌用语。

注意事项：每个服务员们应将店当成自己的家，对进店来的客人都当成是象到了自己家以样对待。这是最重要的基本要求。长相是次要。

4、洗手间：考虑的范围：洗手台，洗手台上放牙签盒，便池，水冲，卫生纸，镜子，洗手液及洗手液的容器，洗手间的卫生，防滑地板，装修档次，洗手间里应有供酒后呕吐的大池。

决定的依据：装修档次由主要服务对象决定。高档餐馆应洗手间和便池间各自独立分开，主要是考虑中国国情，便池免不了有怪味，而有的客人洗手时要洗口，容易有恶心反映。

注意事项：中国人的小便习惯不好，所以，要考虑有专人负责定时清理消怪味。有条件的应有专人守候。专门设一能冲整个卫生间的水管。卫生间应通风好，或增加排气扇，排气扇应有足够的排风能力，可将气味彻底排出。

5、看周围环境：考虑的范围：拟建餐馆的邻居的装修档次，

门口有无挡视线的障碍物（如垃圾箱，电线杆，大树，广告牌等），由进到远的看店门（越远越清楚越好）。

决定的依据：路人从远处挑选进餐地时，对看不清的店门会自然排除在挑选范围以外。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：拟选店门面若不是本地独家经营，最好不要让路人仰视（仰视会有高高在上的感觉，对客人不敬）也不要太低（太低会使客人有委屈的感觉）

6、经营品种：考虑的范围：菜的样品，价格表，色彩。

决定的依据：小餐馆经营品种得选择是生死抉择。一定要考察本地人得生活习惯，饮食习惯，和口味特店。最好在本地人喜欢得品种里寻找，这样风险最小。小餐馆经营的内容不要多，要精。一般小餐馆不会有专业厨师，都是自己亲自操作，或请一业余厨师，能有几样好菜就很不错了。如能让这几道菜有回头客，餐馆就有希望开下去。定价不要心狠，约有利润即可。也要参照当地同类价格。明码标价。

注意事项：增加新菜谱要特别小心，先请几个常客尝一尝认可后，再将其标准化后推出（不然客人昨天吃了叫好，今天邀约几个朋友来品尝，结果味道变了，会使客人丢大面子，再也不会来了）追求特色创新风险最大，如同赌博中的追求中大彩一样，不适合赚血汗钱的普通百姓。追求特色创新是那些把钱当成手纸用的人的游戏。

7、卫生：考虑的范围：门口地面，门面，店内地面，桌椅，服务员，厨师，餐具，厨具，卫生间，店内人员的卫生习惯。

决定的依据：采用对比法，考察同档次邻居餐馆的卫生水平，

等于或好于他们就可以了。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：从外到里，凡是客人能看见的一定要认真对待。

我有几个老外朋友，有一次，一块儿在丽江一酒吧喝啤酒。不知是谁谈起了中国厕所，一谈就是两小时。甲曰：“我来时有朋友告诉我，在中国找不到厕所。”乙曰：“我不进厕所，我宁可憋两小时找野外方便”。丙曰：“餐馆里更糟糕，进了厕所后再也不用吃了，倒胃口。看看桌上的菜像模像样的，千万别看厨房。”

说得我想拿把锄头挖个坑钻进去。

餐具：考虑的范围：餐具的档次，餐具的风格，餐具的材质。

决定的依据：主要服务对象的层次决定餐具的档次和材质。经营的餐饮风味决定餐具的风格和色彩。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：餐具最好统一色调。形状大小不一样，一种菜配一种盘，方便记帐。建议小餐馆选用厚壁餐具，不易缺边。

考察环境声音：考虑的范围：了解拟开店周围声音24小时的变化，最好是亲自去考察一天。

注意事项：若有一种环境声音是不可抗拒，让人难受的，而且在主要服务时间内，结论是：此地不能开店！

店内声音设计：考虑的范围：环境声音传进来的大小，厨房的声音，店内设备的声音，播放的背景音乐。

决定的依据：以主要服务对象喜欢听为标准。比如，主要服务对象是追求时髦的年轻人时，你一定要播放最新流行的音乐。其他声音以不让人难受为标准。

设计确定：（由使用者对应考虑范围的各项逐项作出具体设计方案。）

注意事项：背景音乐千万不要以自己爱听为标准。

厨房：考虑的范围：炉子个数，案板大小和材质，仓库，备料处，盛菜的盆，红案白案分区，生菜熟菜分区，排气排烟系统，排水系统，防滑地板。

决定的依据：炉子的个数要根据每道菜的烹调时间，保证客满时最快的上菜速度。最基本的炉子数是：蒸煮一个炉，炒菜一个炉。厨房里尽可能选用不锈钢制品，因不锈钢制品易清洁，包括盛菜的盆，不要用网状的器皿，因为不易清洁，看起来很脏。小餐馆的厨房尽能透明，让客人看见操作全过程。

文档为doc格式

饭店创业计划书市场营销计划篇三

1. 本店发属于餐饮服务行业，名称为都市快餐店，是个人独资企业。主要提供中式早餐，如油条、小笼包等各式中式点心和小菜，午餐和晚餐多以炒菜、无烟烧烤为主。
2. 都市快餐店位于威海路商业步行街，开创期是一家中档快餐店，未来将逐步发展成为像肯德基、麦当劳那样的中式快餐连锁店。
3. 都市快餐店的所有者是xxx□餐厅经理xxx□厨师xxx□三人均有6年的餐饮工作经验，以我们的智慧、才能和对事业的一颗

执着的心，一定会在本行业内独领风骚。

4. 本店需创业资金xx万元，其中xx万元已筹集到位，剩下xx万元向银行贷款。

二、经营目标

1. 由于地理位置处于商业街，客源相对丰富，但竞争对手也不少，特别是本店刚开业，想要打开市场，必须要在服务质量和产品质量上下功夫，并且要进一步扩大经营范围以满足消费者的不同需求。短期目标是在威海路商业步行街站稳脚跟，1年收回成本开饭店的创业计划书范文开饭店的创业计划书范文。

2. 本店将在3年内增设3家分店，逐步发展成为一家经济实力雄厚并有一定市场占有率的快餐连锁集团，在岛城众多快餐品牌中闯出一片天地，并成餐饮市场的知名品牌。

三、市场分析

1. 客源：都市快餐店的目标顾客有：到威海路商业步行街购物娱乐的一般消费者，约占50%；附近学校的'学生、商店工作人员、小区居民，约占50%。客源数量充足，消费水平中低档。

2. 竞争对手：

都市快餐店附近共有4家主要竞争对手，其中规模较大的1家，其他3家为小型快餐店。这4家饭店经营期均在2年以上□xx快餐店中西兼营，价格较贵，客源泉稀疏。另外3家小型快餐店卫生情况较差，服务质量较差，就餐环境拥挤脏乱。本店抓住了这4家快餐店现有的弊端，推出“物美价廉”等营销策略，力争在激烈的市场竞争中占有一席之地。

四、经营计划

1. 快餐店主要是面向大众，因此菜价不太高，属中低价位。
2. 大力开展便民小吃，早餐要品种繁多，价格便宜，因地制宜的推出中式早餐套餐
3. 午晚餐提供经济型、营养丰富的菜肴，并提供一个优雅的就餐环境开饭店的创业计划书范文投资创业。
4. 随时准备开发新产品，以适应变化的市场需求，如本年度设立目标是“送餐到家”服务。
5. 经营时间：早，晚。
6. 对于以上计划，我们将分工协作，各尽其职。我们将会 在卫生、服务、价格、营养等方面下协夫，争取获得更多的客 源。

饭店创业计划书市场营销计划篇四

日子在弹指一挥间就毫无声息的流逝，我们的工作又进入新的阶段，为了今后更好的工作发展，此时此刻我们需要开始制定一个计划。相信大家又在为写计划犯愁了？以下是小编为大家收集的饭店创业计划书范文，仅供参考，希望能够帮助到大家。

自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很少能真正让学生欢迎。而学生对食堂饭菜的抱怨则更是“自古有之”。虽然大学生可以到校外就餐，但大多数学生迫于经济因素，还是愿意在校食堂就餐。饭菜质量得不到保证，会导致很多问题，学生营养跟不上，甚至有的学生经常不吃饭。于是，营养不良、胃病等不该出现在大学生中的病症也屡见不鲜，这为学生身心健康

埋下了隐患。因此我决定整合食堂和饭店的优缺，开一家学生自助营养快餐店。

本店位于大学聚集中心地段，主要针对的客户群是大学生、教师、以及打工人员。经营面积约为80平米左右。主要提供早餐、午餐、晚餐以及特色冷饮和休闲餐饮等。早餐以浙江等南方小吃为主打特色，当然本地小吃也是少不了的。品种多，口味全，营养丰，使就餐者有更多的选择。午餐和晚餐则有南北方不同口味菜式。而非餐点又提供各种冷饮，如果汁、薄冰、冰粥、刨冰、冰豆甜汤、冰冻咖啡、水果拼盘等。本餐厅采用自助快餐的方式，使顾客有更轻松的就餐环境与更多的选择空间。本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

1. 本餐厅开业之前，要作广告宣传，因为主要客户群是针对学生的，而学生中信息传递的速度与广度是很大的，所以宣传上可不用费太大的力度，只需进行传单或多媒体（如：音响）等形式的简单广告即可。

2. 本餐厅采取自助餐的方式，免费茶水和鲜汤。并且米饭的质量相对竞争者要好，可采用不同的做法，使口感与众不同，以求有别于竞争者，给顾客更多的优惠，以吸引更多的客源。此外，本餐厅还推出烧烤+冷饮、八宝饭等情侣套餐，由于休闲饮食的空缺，这也将成为本店的一大特色。

3. 有许多学生习惯于三点一线的生活方式，许多时候为了节约时间会选择最近的就餐地点而不愿到较远点的餐馆，所以在地理位置选择上不会与学校大门有太大的距离。餐厅在适当的时候还将推出送外卖的服务，根据不同情况采取相应得做法。如：若有三份以上（包括三份）的叫量可以免费送货上门，单独叫外卖的需交付一定的送货费，这样还有一个好处，如有一人想叫外卖，为了不出送货费则会拉上另外的两份外卖，如此也是能增加销量的。

4. 餐厅使用不锈钢制的自助餐盘，即节约又环保，而废弃物也不能随便倾倒，可以与养殖户联系，让其免费定期收取，如此可以互利。据悉，竞争者在这方面做得并不到位，因此良好的就餐环境是可以吸引更多的顾客的。

5. 暑假期间虽然客源会骤降，但毕竟还有部分留校学生、附近居民以及打工人员，届时可采取减少生产量，转移服务重点等方式，以改善暑期的经营状况。寒假期间就考虑修业一个月，已减少不必要的成本支出。

6. 市场经济是快速发展的，变化的，动态的，因此要以长远的眼光看待一个企业的发展并进行分析，制作出长期的计划，每过一个阶段就该对经营的总体状况进行总结，并做出下一步计划，如此呈阶梯状的发展模式。在经营稳定后，可以考虑扩大经营，增加其它服务项目，并可以寻找新的市场，做连锁经营，并慢慢打造自己的品牌，可以往专为学生提供饮食的餐饮行业发展，总之，要以长远的眼光看待问题，如此才能有企业的未来。

店长兼收银员1名，厨师1名，服务生2名。

经营理念侧重于以下几点：

主要的文化特色：健康关怀、人文关怀

主要的产品特色：具有食疗保健功能的素食餐品

主要的服务特色：会员制的跟踪服务

主要的环境特色：具有传统文化气息的绿色就餐环境

在大学中的食堂的饮食一直是个问题，大学的饮食质量不高已成为公认的问题，仅仅是满足了学生们的温饱问题，而质量却远远没有达到学生们的要求。部分大学的饮食状况令人

担忧，甚至有的大学食堂出现了集体中毒事件。

本企划就是根据这一点，为了保障大学生的饮食安全，提高大学生的饮食质量，成立大学饮食联盟，旨在为高校大学生提供价格低廉安全高质并富有特色的食品，并且同时为各高校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

优势与劣势：

优势分析：本餐厅经营解决了学校食堂饭菜口味单一等问题，也无流动小摊卫生没有保证的担忧，并且与食堂同样方便快捷，节约时间。另外，本餐厅采用自助选择方式，应该很容易受到顾客欢迎，并能节省部分人力资源。同时，餐点还提供冷饮、冰粥等，并提供免费茶水。简洁舒适的装修将是餐厅的一大特点，学生普遍喜欢在干净、服务态度好的餐馆就餐，因此令人满意的服务也将是本店的一大特色。此外，学校食堂有明确的就餐时限，而校外很少有餐馆出售早餐，因此在校外的本店则可以较容易地抓住这部分因时间差而导致丢失的市场份额，换句话说就是由在就餐点前后的一段时间要就餐的潜在客户群所产生的市场份额。

劣势分析：由于刚起步，快餐店的规模较小，如就餐的人力资源、服务项目等都比较有限。而校区内外的竞争也是比较激烈的，因此还存在着不小的劣势。另一方面，因为学校假期是固定的，寒暑假期间的客源会骤降，而寒假期间会比暑期更少，这将会是一个比较难以解决的问题。

机会分析：据我们的市场调查与分析，本店产品的市场需求是存在的，并具有一定的竞争力。而本人正是学生——这个最大客户群中的一员，所以更能了解顾客需要什么样的产品和服务，从这些方面来看，是应该是很有机会挤入该餐饮市场的。

威胁分析：餐厅的服务与产品质量的高低与经营成本又有直

接和必然的联系，如此则产品价格必然不会比竞争对手低，虽然总体上价格并不会太高，但相比之下，客户的经济承受能力就成为一大考验了。并且，成本与利润也是直接挂钩的，盈利的多少则又是能否在竞争中生存下去的一大决定因素。再者，各地风俗与饮食习惯的不同，又产生了另一个问题，即是否大多数顾客都能对产品认可或满意呢，这也是需要接受考验的。

促销策略：

前期宣传：大规模，高强度，投入较大。后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期具体活动的策划和组织如赞助学校组织的晚会借此进行宣传，通过活动时时提醒顾客的消费意识。针对节假日，开展有针对性的促销策略如发传单等。

1. 据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需10600元（场地租赁费用xx元，餐饮卫生许可等证件的申领费用600元，场地装修费用3000元，厨房用具购置费用1000元，基本设施及其他费用等4000元）

2. 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，场地租赁费用，税，水电燃料费，杂项开支等。

3. 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约800元，收益率30%，由此可计算出投资回收期约为三个月。

有形化营销策略：

由于本餐厅的经济实力尚弱，因此初期将采取避实就虚的营销战略，避开大量的硬广告营销，而采取一整套行之有效的”

承诺营销”进行产品宣传。通过菜单、海报、文化手册、广告、促销活动等向消费者进行宣传、倡导“天之素”的经营宗旨与理念。

技巧化营销策略：

做出持续性、计划性将决定本餐厅在避免普通餐厅的顾客忠诚度不高的缺陷方面具有先天的优势，为了使本餐厅能够在顾客心目中树立起权威感和信赖感，本餐厅将会建立一套完整的会员信息反馈系统，实现营销承诺：

1、顾客反馈表。在服务中严格要求工作人员树立顾客第一的观念，认真听取顾客意见。

2、将顾客满意进行到底。树立“顾客满意自己才满意”的观念，做到时时刻刻为顾客着想。

3、建立餐厅顾客服务调查表，定期由营销部专人负责为顾客进行跟踪服务。

根据餐厅企业竞争激烈、模仿性强以及食疗产品具有的时节性强的特点，实现对企业的外显文化和内隐文化的有机整合，加强企业的品牌保护意识与能力。围绕“健康、绿色”为核心的品牌特征，餐厅通过树立绿色形象、开发绿色产品，实行绿色包装，采用绿色标志，加强绿色沟通，推动健康消费来实现营销目标。作为一个餐厅开展绿色营销，我们有着天然的优势，本餐厅将严格贯彻绿色餐厅的标准，无论从原料采购、食品加工还是卫生环境，都将严格把关。努力营造出朴素典雅又不失时尚的就餐环境，通过对餐厅设计的布局、装饰风格、温度等，体现健康绿色的理念。

推广保健知识、宣传绿色文化：

本餐厅将在营销过程中，围绕21世纪的餐饮主题——养生、

健美、绿色三个具有社会意义的知识点，对消费者进行有计划、有针对性的宣传，从而引导顾客的消费取向。通过进行专题讲座、手册宣传、公益活动等方式将以上餐饮知识宣传出去，同时注重借此机会加大对绿色产品的宣传介绍。推广、倡导健康科学的饮食文化，弘扬传统文化中的养生文化。对产品、餐厅、服务进行文化包装，传播饮食文化。从而获得进一步的发展机遇与条件。

本餐厅将通过一系列的公关活动，处理各方面的关系，为餐厅的发展提供宽松有利的经营环境。

1、与员工建立团结、信任一致的合作关系。在员工之间搭建起平等、便捷的沟通方式，通过发行内部刊物、免费会员提供奖励，集体娱乐等活动增加员工的凝聚力和工作的积极性。

2、社区群众关系。为保证充足的人力资源，获得稳定的顾客群，得到可靠的后勤保障，应积极参与维护社区环境、积极支持社区公益事业。尊重顾客的合法权利，提供优质餐品和服务，正确处理顾客的要求和建议。

3、政府关系。及时了解并遵守政府相关法律法规，加强与政府部门的联系，主动协助解决一些社会问题。与宣传媒介建立并保持广泛关系；向其提供本行业的真实信息。

本餐厅的目标人群为学生以及城市居民。考虑到市场上餐饮产品、保健品的价格因素，本餐厅的产品定价将处于同类产品的中低价位。占领一定的市场份额，形成规模经济效应，以低成本获得高利润。在产品的价格及其组合上，我们是依据消费者不同的消费层次和需求，加工、提供各种具有食疗保健价值的营养餐品，其中在价格的制定上我们严格按照原料的利用率来计算，比如果蔬的去根多少、是否去皮、去叶，最后厨房的加工程度，为消费者提供每份6-100元不同餐品组合的标准，顾客可以根据自己的实际情况选择不同的素食食品。

市场是不断变化的，所以我们必须考虑到市场的风险，具体有以下几种风险可能：

（1）在本项目开发阶段的风险，市场上可能会同时出现类似餐厅的开业。

（2）项目生产经营阶段的风险，项目投产后的效益取决于其产品在市场上的销售量和 other 表现，而对于本阶段项目而言，最大的市场风险来源与市场上餐饮业的竞争风险，如果项目投产后效益良好很可能会带来一系列相似经营项目的诞生，从而加剧了本项目的竞争压力。

内部管理风险：

餐饮业是一个技术含量相对较低的行业，但是它需要严格的管理才能赢得消费者的信赖，对于大多数中国自办的餐厅来说大部分存在着内部管理松散，服务人员素质较低，如何建立现代企业制度，健全企业经营机制强化企业内部管理关系着企业的生与存，成与败。

原料资源风险：

本餐厅的原料主要以果蔬、豆类、菌类为主，是当今最受欢迎的绿色天然无污染食品，尤其本餐厅是以保健为主的餐厅，因此在原料的选择上需要专业的知识和技术投资，这样才有利于采购到新鲜、天然、无污染的绿色食品。

1、汲取先进的生产技术与经验，开发出自己的特色食品。

2、严格管理，定期培训人员，建立顾客服务报告。

3、进入市场后，认识食品市场周期，不故步自封，积极开发更新食品。

4、与原料供应商建立长期并保持长期的合作关系，保证原料资源的供给。

初期（1-3月）

主要产品是针对城市三种群体不同身体健康状况的餐品，市场策略为通过积极有效的营销策略，挤占中式餐饮及保健食品的市场份额；树立“绿色食品”的良好品牌形象，提升知名度、美誉度；收回初期投资，积极进行市场推广。

中期（1年）

巩固、扩展已有的市场份额，进一步健全餐厅的经营管理体制，提高企业的科学管理水平；着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

长期（2年）

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。

视觉识别

店名：一方面应该和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名应有格调，意味悠长。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

店面布局

恰当运用灯光，地毯，隔断等元素，尽量一方面有效利用空间，一方面显得错落有致，不显开阔平淡之感。可适当设计一些较为私密的桌位，然长时间逗留的顾客充分享受那份怡然自得的情调。分区布局，让每个细分群体的消费者都有自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增餐厅的美感。灯光是烘托餐厅气氛的重要部分，可以选择不同颜色的灯光，烘托出餐厅宜人的气氛。同时，顾客应该保留在自己的空间按照自己的要求调节灯光的便利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现咖啡厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和咖啡厅格调。

饭店创业计划书市场营销计划篇五

调查表明，当人均年收入达到20xx美元时，传统的家务劳动将转向社会，近些年浙江快餐服务业的快速发展也正好印证了这一点。

我们来看一下近年来快餐企业的发展情况，众所周知，西式

快餐的代表麦当劳，肯德基在中国发展很快，在城市各个较为繁华的区域都可以看到它们的身影。西式快餐店的明快风格一改传统快餐店脏乱差的局面，其鲜亮整洁的环境，良好的就餐氛围吸引了不少人光顾。但是西式快餐价格并不便宜，口味变化少，多吃几次就会让人腻味，而最大的缺陷在于营养单一，基本上只有热量，常吃会使人发胖并引发一系列的疾病。因此这类快餐被越来越多的社会团体呼吁为垃圾食品，在其发源地美国这类快餐是饱受指责，英国最近也出台了抵制的法令，造成麦当劳准备在英国关闭50多家店。

考察现行的中式快餐店，价格虽然低廉，品种口味也多，营养丰富是其优势，但是小、脏、乱、差的状况仍然很严重。不过现在各地已经有比较干净整洁的中式快餐店，在杭州有老娘舅，米宝宝等等。但是中式快餐的致命弱点依然没有解决，中式快餐十分依赖烹饪师傅的技术而不是普通工作人员的程序性操作，不同的厨师烧同一个菜会烧出不同的口味，就是同一个厨师不同的时间烧同一个菜，口味也有一定的差别。因此同一家餐饮企业各个门店甚至同一门店每次呈现给顾客的同一道菜在口味上都会有比较大的差别，很难做到西式快餐的专业化标准水平。与此同时，一般的小店也很难请到高水平的厨师，即使请到了也需要付出大的成本，而且门店对厨师的管理成本也比较高。另外中式餐馆厨房偏好用明火，空气污浊，不易清理，火灾发生的机率也比较大。

我们的门店将座落在杭州城区，选址在写字楼和文教区之间，或文教区和居民区之间。店面在30—40平方米，厨房较小约为8个平方。顾客群为需要提供快速就餐服务且喜欢中式餐饮不愿意放弃饮食乐趣的人群，就餐标准在8-20元/人餐之间，主要针对上班一族和学生群体。

因为刚起步，规模不大，所以可以先利用自家的厨房作一些菜的初加工。门店的厨房以电为主要能源，煤气等明火能源只在突然停电时使用，这是因为我的加工工艺只需使用电能就可以了，而且目前使用煤气的成本已经相当高。

菜品：餐饮店要立足根基，最根本的就是菜品，无论装修怎么考究，服务如何周到，出菜速度多少快捷，如果菜不好吃，照样也没人光顾，即便光顾那也已经不是真正的餐饮店了。同一道菜的口味要保持一致，不可以这次是这种风味，下次变成了另外一种风味，口味一旦确立就不能轻易改变。这个说起来似乎容易做起来却是相当难，因为传统中式菜复杂的加工烹饪过程中无论哪个环节出错都会导致菜品的差异。其实这些正是这些年来我一直在研究的一标准化的做菜方法，目前已经做出标准化的菜系，形成了五十多只菜的特别配方，并能根据菜色搭配做出调整。

菜色：菜色太少会让人觉得选择面小甚至无菜可吃，过多又会使员工操作变得复杂由此也会增加门店的运营成本，因此提供多少菜色，如何确立菜色也是一个大问题。按照我目前的想法，每天要准备5个冷菜，30个品种的热菜，包括自创的特色菜、家常的杭帮菜、粤菜以及川菜。然后每月进行统计，淘汰1—2个最少人点的菜，加进几个新菜，品种控制在30个以内。菜色在保持全年基本不变的情况下根据季节进行一定调整。

出菜速度：快餐相对于普通的餐饮，最大的特点就在“快”上，因此快餐还应在保证菜品的条件下，尽可能缩短出菜周期。而我的做菜方法正符合这一要求，能够大大降低出菜所需时间，保证快速出菜。

不同时段的侧重点：午餐和晚餐是中国人的正餐，应以炒菜为主，配以一定的冷菜，同时提供盖浇饭；早餐由员工按配方做粥饭面点；下午和夜宵提供休闲餐，以奶茶、冰品、面点为主。冬天的时候再加上几个特色火锅。

菜价：定位在家常菜的水平，蔬菜5元/份，荤菜8—12元/份，套餐按照菜量和种类搭配不同定价在6—15元/份。各式小吃的定价视成本与市场价格而定。同时为了招睐更多顾客，每半月推出1—2个特价菜。

服务：任何一家企业如果没有良好的服务就不能长久兴旺地生存，服务的背后其实是员工的态度，只有员工满意，才能让顾客满意。因此我们要对员工进行培训和激励，先培训后上岗，同时门店制定细化标准以供实施操作与监督考核。有了满意的员工，我们就能为顾客提供良好的服务，高品质的菜肴，快速的上菜速度。

门店要合理利用自身资源，装修时就要在店前张贴海报，在附近的写字楼和学校做一些宣传，如发放传单等，使目标受众及时得到讯息，主动与单位联系获得工作餐订单，减轻门店刚开张时的客源压力。开张前向报社，电视台，广播电台发送信息，让他们得到相关讯息，因为我们将是全国第一家不用明火烹饪，每道菜99%口味相同的中式快餐店。开始时也许并不能得到这些媒体的免费宣传，但这多多少少也是对自身的一种广告。

店发展到一定程度要在外面找较大规模的初加工场，运作成功后就可以着手开出分店，扩展是必然的，但是不能盲目，我们可以请老店的优秀员工过去主持分店，同时不能忽视管理和监督。开分店也可以选用特许加盟的方式，这在国内外的餐饮企业中已经运用得很多了，并且有了很多成功的经验，在这里就不说了。

在一个城市发展到5家左右门店的时候，我们可以通过网络接受订餐，再把订单传给最近的门店，让其提供送餐业务，这样也使我们可以提供给顾客更为便捷的服务，同时也更好地扩大了自身的知名度。外省的分店，我们除了提供自己的经典和特色菜之外，还要根据顾客需要提供一些更适合当地口味的菜，那就需要我们请更多的厨师加入我们的团队，或请他们进行指导，这样我们的菜色也会大大丰富。

成本：

1、房租：40000元/年(半年一付=20000元)；

- 2、餐饮店的转让费：估计为25000元；
- 3、装修：5000元；
- 4、设备：10000元；
- 5、营业费用□20xx元；
- 6、流动资金：8000元；餐饮业周转快，开业三个月以内就可以维持正常运转，但仍需要有一定的流动资金以备不时之需。

收入与利润：

现在以保守的估计测算，早点80人次，人均消费1.5元；中餐24人次，晚餐48人次，人均消费14元，夜宵60人，人均消费3元，再加上中餐外送50份，每份6元，一天下来的营业额为1608元。营业毛利率控制在40%左右，毛利643元。月营业毛利19290元，支付三名员工的工资3000，支付水电费及固定营业税和个人所得税，月净利至少12000元，7-8个月收回投资，年净利48000元。只要管理得当，在当地站稳脚根，有了一定的知名度，那么下一年度的营业额必然会有大比例增长，同时因为不必再支付开业成本中的2-5项目费用，所以第二年的净利在10万元以上。

任何一种投资都有风险，在杭城大街小巷你可以看到众多快餐店的身影，但是现在做得比较好的中式快餐企业基本都是定位在面点上，以炒菜为主的快餐企业还没有出现，这也是技术瓶颈的问题。我所研究出的标准化做菜无疑开拓了一个新的领域，符合现代人日益加快的生活节奏和对食品品质的要求，因此有广阔的市场前景。

光阴的迅速，一眨眼就过去了，我们又将迎来新的喜悦、新的收获，现在就让我们好好地规划一下吧。那么计划怎么拟定才能发挥它最大的作用呢？以下是小编为大家收集的

饭.....

范文一、发展前景自上初中以来我便开始住校，深知令人头疼的“吃饭”问题，也就是食堂的饭菜问题。由于学校食堂普遍都是以大锅菜的方式做的，因此虽然价格较低但很.....

在日新月异的现代社会中，需要使用创业计划书的场合越来越多，通过制定创业计划书，把正反理由都书写下来，然后再逐条推敲，创业者就能对这一项目有更加清晰的认识。.....

在高速发展的现代社会，大家逐渐认识到创业计划书的重要性，创业计划书对于创业者吸引所需要的人力资源，凝聚人心，具有重要作用。拟起创业计划书来就毫无头绪？以下是.....